

<b>Nastavni program za predmet:</b>	<b>PONAŠANJE POTROŠAČA</b>
<b>Odsek – smer:</b>	<b>Marketing i trgovina - izborni</b>
<b>Ciljevi predmeta:</b>	<i>Izučavanje savremenih teorija i koncepta o ponašanju potrošača, na način kako se ova naučna ali pre svega primenjena disciplina izučava i predaje na poznatim svetskim univerzitetima i poslovnim školama. Reč je o sticanju elementarnih znanja za potrebe poslovnih ljudi i studenata neophodnih za postizanje poslovnog uspeha na tržištu, odnosno bolje razumevanje pravilne primene marketinga kao ključa uspešnog nastupa na tržištu.</i>
<b>Programski sadržaj:</b>	
<p><b>KONCEPT PONAŠANJA POTROŠAČA:</b>  Uvod: Osnovni pojmovi o ponašanju potrošača; Razlozi istraživanja ponašanja potrošača; Razvoj ponašanja potrošača kao naučne discipline; Interdisciplinarnost ponašanja potrošača. Determinante ponašanja potrošača: Uticaji na ponašanje potrošača; Klasifikacija faktora koji utiču na ponašanje potrošača; Geografske determinante ponašanja potrošača; Demografski faktor; Ekonomski uticaji na ponašanje potrošača.</p> <p><b>MODELI PONAŠANJA POTROŠAČA:</b>  Determinante ponašanja potrošača: Uticaji na ponašanje potrošača; Klasifikacija faktora koji utiču na ponašanje potrošača; Geografske determinante ponašanja potrošača; Demografski faktor; Ekonomski uticaji na ponašanje potrošača. Sociološka istraživanja potrošača: Sociološke determinante ponašanja potrošača; Kultura; Društvena klasa i sloj; Društvena uloga i status; Relevantne i referentne grupe; Lideri (vođe mišljenja); Porodica; Stil života. Psihološka i motivaciona istraživanja potrošača: Psihološki (interni) faktori ponašanja potrošača; Proces informisanja potrošača; Proces učenja; Ličnost; Stavovi potrošača; Motivaciono istraživanje.</p> <p><b>ODLUČIVANJE POTROŠAČA:</b>  Odlučivanje potrošača o kupovini: Proces odlučivanja potrošača; Faze procesa odlučivanja; Vrste procesa odlučivanja; Uloge u procesu kupovine; Proces prihvatanja (difuzija) novog proizvoda; Modeli u odlučivanju.</p>	
<b>Oblici nastave:</b>	<i>Predavanja, vežbe kroz studije slučajeve</i>
<b>Obaveze studenata:</b>	
<b>Način provere znanja:</b>	<i>Ukupna krajnja ocena će biti sastavljena od 75% potencijalnih poena sa kolokvijuma i 25% od ocena na završnom ispitu</i>
<b>Literatura:</b>	<i>Prof. dr Branko Maričić: «Ponašanje potrošača», Savremena administracija, Beograd 2001.</i>